

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN
USAHA WAROENG STEAK & SHAKE DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

NELVA HARTATI MANALU



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN
USAHA WAROENG STEAK & SHAKE DI KOTA SEMARANG**

Oleh
NELVA HARTATI MANALU
NIM : H2D 007 019

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan pada Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Nelva Hartati Manalu

NIM : H2D 007 019

Program Studi : Sosial Ekonomi Peternakan

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul:
Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Pendapatan Usaha Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh oleh pembimbing saya, yaitu:
Ir. Mukson, MS dan Migie Handayani, S.Pt, M.Si.

Apabila dikemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya maka saya bersedia gelar akademik saya yang telah saya dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2011

Dosen Pembimbing Utama

Mahasiswa

Ir. Mukson, M.S.

Nelva Hartati Manalu

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP PENDAPATAN USAHA
WAROENG STEAK & SHAKE DI KOTA
SEMARANG

Nama Mahasiswa : NELVA HARTATI MANALU

Nomor Induk Mahasiswa : H2D 007 019

Program Studi / Jurusan : S1-SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN/
PRODUKSI TERNAK

Fakultas : PETERNAKAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal.....

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Ir. Mukson, M.S.

Migie Handayani, S.Pt, M.Si

Ketua Panitia Ujian Akhir Program

Ketua Program Studi

Dr. Agus Setiadi, S. Pt, M.Si

Ir. Djoko Sumarjono, M.S.

Dekan Fakultas Peternakan

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Ir. V. Priyo Bintoro, M. Agr.

Prof. Dr. Ir. Edy Rianto, M.Sc

RINGKASAN

NELVA HARTATI MANALU. H2D 007 009. 2011. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Pendapatan Usaha Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang. *The Influence of Marketing Mix on the Income of Waroeng Steak & Shake in Semarang* (Pembimbing: **MUKSON** dan **MIGIE HANDAYANI**)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari bauran pemasaran yaitu produk, harga, biaya promosi dan pola distribusi terhadap pendapatan usaha Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret-April 2011 di Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan langsung dan wawancara dengan mengambil data, data yang diperoleh merupakan data 6 bulan dari 5 outlet yang ada di Kota Semarang. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pihak pengelola warung steak. Data sekunder diperoleh dari catatan dan laporan keuangan warung yang meliputi data volume penjualan, harga, biaya promosi, dan biaya bahan-bahan. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu rata-rata pendapatan/bulan outlet Imam Bonjol sebesar Rp 5.506.150,00; outlet Sriwijaya sebesar Rp 4.500.023,33; outlet Kartini sebesar Rp 6.768.858,33; outlet Kelud sebesar Rp 4.109.616,67; dan outlet Setiabudi sebesar Rp 3.876.740,00. Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan: $Y = 22.725.749,124 - 298,325 X_1 - 3111,660 X_2 - 1.110 X_3 + 300.590,665 X_4$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,380. Nilai signifikansi pada uji F sebesar 0,022 atau ($p < 0,05$). Nilai statistik koefisien jumlah produk sebesar 0,411 ($p > 0,05$); koefisien biaya promosi sebesar 0,665 ($p > 0,05$). Sedangkan koefisien harga jual produk sebesar 0,019 ($p < 0,05$) dan koefisien model distribusi sebesar 0,019 ($< 0,005$).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara serempak jumlah produk, harga jual produk, biaya promosi dan model distribusi berpengaruh nyata terhadap pendapatan. Secara parsial harga jual produk dan model distribusi berpengaruh nyata terhadap variabel pendapatan, sedangkan jumlah produk dan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap variabel pendapatan.

Kata kunci: bauran pemasaran, pendapatan, Waroeng Steak & Shake

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN
USAHA WAROENG STEAK & SHAKE DI KOTA SEMARANG**
(The Influence of Marketing Mix on the Income of Waroeng Steak & Shake in
Semarang)

N. H. Manalu
Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro Semarang

ABSTRAK

Bauran pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu usaha, dimana suatu usaha harus mampu membuat rencana, penentuan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk. Bauran pemasaran akan mempengaruhi pendapatan suatu usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari bauran pemasaran yaitu produk, harga, biaya promosi dan pola distribusi terhadap pendapatan usaha Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu rata-rata volume penjualan steak untuk outlet Imam Bonjol sebesar Rp 104.781.000,00; outlet Sriwijaya sebesar Rp 99.745.000,00; outlet Kartini sebesar Rp 83.485.000,00; outlet Kelud sebesar Rp 93.980.000,00; serta outlet Setiabudi sebesar Rp 79.864.000,00. Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan: $Y = 23.556.686,781 - 306,670 X_1 - 3.154,412 X_2 - 1,072 X_3 + 296.086,147 X_4$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,386. Nilai signifikansi pada uji F sebesar 0,02 atau ($p < 0,05$). Nilai statistik koefisien jumlah produk sebesar 0,386 ($p > 0,05$); koefisien biaya promosi sebesar 0,671 ($p > 0,05$). Sedangkan koefisien harga jual produk sebesar 0,016 ($p < 0,05$) dan koefisien distribusi sebesar 0,019 ($< 0,005$). Kesimpulan dari penelitian adalah secara serempak jumlah produk, harga jual produk, biaya promosi dan pola distribusi berpengaruh nyata terhadap pendapatan. Secara parsial harga jual produk dan pola distribusi berpengaruh nyata terhadap variabel pendapatan, sedangkan jumlah produk dan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap variabel pendapatan.

Kata kunci: bauran pemasaran, pendapatan, Waroeng Steak & Shake

KATA PENGANTAR

Bauran pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu usaha, dimana suatu usaha harus mampu membuat rencana, penentuan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk. Bauran pemasaran akan mempengaruhi pendapatan suatu usaha.

Puji syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat, rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Pendapatan Usaha Waroeng Steak and Shake di Kota Semarang”. Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ir. Mukson, M.S. selaku pembimbing utama dan Ibu Migie Handayani, S.Pt, M.Si selaku pembimbing anggota atas bimbingan, motivasi, pengarahan, kritik dan sarannya selama penyusunan skripsi ini. Kepada Ibu Ir. Dyah Mardiningsih, M.S, selaku dosen wali, Prof. Dr. Ir. V. Priyo Bintoro, M. Agr selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro beserta staf, Dr. Ir. Edy Rianto, M.Sc selaku Ketua Jurusan Produksi Ternak beserta staf, Ir. Djoko Sumarjono, M.S selaku Ketua Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan kesempatan yang telah penulis terima selama belajar di perguruan tinggi ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Bapak Joko selaku supervisor Waroeng Steak & Shake beserta staff karyawan, atas semua bantuan, kerjasama, kesempatan dan perizinan untuk melakukan penelitian di Waroeng Steak & Shake di Kota Semarang.

Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada keluarga tercinta: Ayahanda T. Manalu, Ibunda R. Tinambunan, Abang Jus, Ebung, Evi dan Rendy yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan, doa, semangat selama penulis menempuh pendidikan hingga skripsi ini bisa diselesaikan. Ucapan terima kasih juga tidak lupa penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat terkasih (Ratih, Rizal dan Mbak Dewi) untuk persahabatan, cinta kasih, doa, dan semangatnya, untuk

teman seperjuangan (Lamtiur, Ruth, Suyanto, Citra, Intan, Diah), teman-teman Sosek Fun 2007 dan semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan hingga terselesaikannya penyusunan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari, bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran serta masukan yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini menjadi manfaat bagi semua pihak.

Semarang, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR ILUSTRASI	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.PENDAHULUAN	1
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. Steak.....	4
2.2. Pemasaran	4
2.3. Bauran Pemasaran	5
2.4. Biaya Produksi	9
2.5. Penerimaan dan Pendapatan.....	10
BAB III. METODE PENELITIAN.....	11
3.1. Kerangka Pemikiran.....	11
3.2. Hipotesis.....	12
3.3. Metode Penelitian.....	12
3.4. Waktu dan Lokasi Penelitian	12
3.5. Metode Pengumpulan Data	13
3.6. Analisis Data	13
3.7. Uji Hipotesis	14
3.8. Asumsi Klasik.....	16
3.9. Batasan Pengertian dan Konsep Pengukuran.....	18
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1. Keadaan Umum Kota Semarang	20
4.2. Keadaan Umum Usaha	21
4.3. Struktur Organisasi	23
4.4. Steak.....	26
4.5. Tata Laksana	27
4.6. Volume Penjualan dan Pendapatan	29
4.7. Faktor Bauran Pemasaran	31
4.8. Pengujian Asumsi Klasik	39
4.9. Analisis Regresi Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Pendapatan Usaha	43

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1. Kesimpulan	48
5.2. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51
RIWAYAT HIDUP.....	72

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Volume Penjualan Produk Steak di Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	30
2.	Rata-rata Pendapatan Usaha Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	31
3.	Harga Jual Produk Steak pada Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	34
4.	Banyaknya Pola Distribusi Yang Digunakan oleh Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	36
5.	Rata-rata Biaya Promosi yang Dikeluarkan oleh Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	38
6.	Pengujian Normalitas Data.....	40
7.	Pengujian Multikolinerietas.....	40
8.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda antara Pengaruh Jumlah Produk, Harga Jual Produk, Pola Distribusi dan Biaya Promosi dengan Tingkat Pendapatan.....	43

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Proses Pengolahan.....	28
2. Diagram Scatterplot Pengujian Heteroskedastisitas.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Daftar Kuesioner.....	51
2. Peta Kota Semarang.....	53
3. Struktur Organisasi.....	54
4. Volume Penjualan Produk Steak di Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	55
5. Pendapatan Usaha Steak di Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	56
6. Macam Produk yang Dijual oleh Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	57
7. Jumlah Produk Steak yang Terjual pada Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	58
8. Banyaknya Model Distribusi yang Digunakan oleh Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang.....	59
9. Biaya Promosi yang Dikeluarkan oleh Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	61
10. Biaya Operasional Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	62
11. Biaya Operasional, Penerimaan, dan Pendapatan Waroeng Steak & Shake, Kota Semarang pada Bulan Oktober 2010 hingga Maret 2011.....	63
12. Data Variabel X_1 (Produk), X_2 (Harga), X_3 (Promosi) dan X_4 (Distribusi) dengan Variabel Y(Pendapatan).....	64
13. Uji Asumsi Klasik.....	65
14. Analisis Regresi Berganda antara Variabel X_1 (Macam Produk), X_2 (Harga), X_3 (Promosi) dan X_4 (Distribusi) dengan Variabel Y(Pendapatan).....	69
15. Surat Keterangan.....	71